XXIV. GP.-NR
3045/J
18. Sep. 2009

Anfrage

der Abgeordneten Dr. Strutz, Bucher
Kolleginnen und Kollegen
an die Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst
betreffend Inseratskosten im Wahlkampf

Wie aus den Beantwortungen der parlamentarischen Anfrageserie des Abgeordneten Gerald Grosz (64J-77J) hervorgeht, haben die einzelnen Bundesministerien in der Zeit zwischen 7. Juli 2008 und 28. September 2008, also nicht einmal drei Monate, allerdings im Nationalratswahlkampf, insgesamt unfassbare 8.929862,80 Millionen Euro an Regierungsinseraten in Auftrag gegeben. Spitzenreiter der Verschwendungssucht war der damalige Verkehrsminister und nunmehrige Bundeskanzler Faymann. Zu seinen Inseratenkosten von den nunmehr ermittelten 1.752.370,05 Euro kommen noch die von ihm angeordneten Kooperationsvereinbarungen mit der ÖBB in Millionenhöhe. Allein das BMVIT und die ÖBB dürften damit annähernd soviel zusätzlich ausgegeben haben, wie die gesamte SPÖ im Wahlkampf.

Anlässlich der Landtagswahlen am 20.09.2009 in Vorarlberg und am 27.09.2009 in Oberösterreich liegt der Verdacht nahe, dass derartige Praxis wiederholt wird, um die Berichterstattung vor den Wahlen zu beeinflussen. Erneut könnten Millionen an Steuergeldern aufgewendet werden, um das Image der Regierungsfraktionen kurz vor entscheidenden Wahlen aufzupolieren.

Ende Juni 2009 wurde bekannt, dass eine geplante Informationskampagne der Regierung im Auftragsvolumen von 5 Millionen abgesagt wurde. Vizekanzler Pröll ließ medienwirksam verlauten, dass das bereits bei den Koalitionsverhandlungen 2008 vereinbarte Budget besser für die Hochwasser-Hilfe ausgegeben werden sollte. Der selbstlose Eindruck täuscht jedoch, da die Pressesprecherin des Bundeskanzlers verkündete, dass „da (in der Hochwasser-Hilfe, Anm.) ohnehin alle Mittel zur Verfügung gestellt werden, dazu ist man nicht auf das Geld aus einer Regierungskampagne angewiesen." („Krone", „Kurier", 29.06.09). Trotzdem sind diverse Medien nicht um ihre Werbeeinnahmen umgefallen und der Bundeskanzler hat schließlich doch noch seine Einschaltung bekommen. Er schaltete großflächige Anzeigen zum Thema Hochwasser und bedankte sich damit bei den vielen Helfern.

In diesem Zusammenhang stellen die unterzeichneten Abgeordneten an die Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst folgende

Anfrage:

1. Welche Informationsaktivitäten in Printmedien und audiovisuellen Medien wurden von Ihrem Ressort bzw. nachgelagerten Dienststellen in der Zeit zwischen 01.08.2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage, aufgegliedert nach Medium, Informationszweck, Informationsart, Kosten (inklusive Steuern und Abgaben), Rechtsgrundlage und ressortinternen Auftraggeber gesetzt?
2. Mit welcher Begründung wurde gerade im Zeitraum zwischen 01.08.2009 und dem Einlangen dieser Anfrage Informationsaktivitäten in Printmedien und audiovisuellen Medien getätigt?

3. Welche Druckkostenbeiträge hat Ihr Ressort bzw. nachgelagerte Dienststellen in der Zeit zwischen 01.08.2009 bis zum einlangen dieser Anfrage, aufgegliedert nach Medium, Zweck, Art, Rechtsgrundlage, Kosten (inklusive Steuern und Abgaben und ressortinterner Auftraggeber) gesetzt?

4. Welche Mitarbeiter bzw. welche Dienststelle (bitte um separate namentliche Auflistung) waren innerhalb Ihres Ressorts im Zeitraum zwischen 01.08.2009 und dem Einlangen dieser Anfrage für die Anordnung, Bestellung und Abwicklung von Informationsaktivitäten in Printmedien und audiovisuellen Medien, Druckkostenbeiträge und die Erstellung von allfälligen Inseratensujets, PR-Texten verantwortlich?

5. Wurden die unter Frage 1 und 2 genannten Aktivitäten Ihres Ressorts unter Berücksichtigung der Richtlinien des Bundesrechnungshofes (Reihe Bund 2005/13_1, S.31 f und 2003/2, S.49 f) für Kampagnen der Bundesregierung ausgeführt? Wenn nein, warum nicht?

6. Bereits 2008 wurde das Budget über 5 Millionen für eine Regierungskampagne beschlossen. Welchen Inhalt sollte diese Kampagne haben?

Wien, 18.09.09